

微信“附近推”助力门店生意增长

产品名称	微信“附近推”助力门店生意增长
公司名称	福建必搜网络科技有限公司
价格	30000.00/1
规格参数	
公司地址	厦门市湖里区金海湾财富中心9号楼901-9
联系电话	13275002616 18859121530

产品详情

客源流失，营业额下滑，受疫情影响，根据小编的相关调查和陆续出炉的上市公司季报，除了超市业态，绝大多数零售企业今年一季度业绩都很惨。

线下商家在这场突如其来的病毒面前的确也缺乏足够的应变措施——此前在线上业务的搭建和开拓上不够重视，当迫切需要线上引流以维持业绩的时候，却发现基本是一筹莫展。

小编认为，业绩的边界在于流量，即客流，客流已经不分线上线下，在线下受到影响，从线上引流就必须成为零售企业必须要高度重视的战略方向。

更重要的是，线上流量虽然诱人，却不是所有业态和产品都合适，更不是所有企业在短时间内可以玩转的。尽管在很多人看来，线下商家搭建起一个线上的商城已经非常简单，因为供应商非常成熟且有多元选择。然而这可能连是否迈出第一步都值得商榷，因为真正的难度在于流量的获取，交易的转化，交互的便利，以及客户的认知——这是任何一个线下企业在短期内都不可能具备的能力。

小编在此前的文章中也强调，线上能力未来将成为线下商家的标配，企业需要与任何可以增长的新业态、新方式、新渠道合作或尝试，千方百计创造业绩的增量。

在这样的情况下，如何找到合适且真正能够助力线下商家的合作伙伴，就尤为重要。

而作为中国最大的流量入口，腾讯广告显然是一个完美的选择。

小编了解到，近期，腾讯广告为线下门店定制开发了一款营销产品，给了线下商家一个近乎于完美的解决方案——以微信朋友圈广告的方式，在1-5公里范围内大范围触达目标用户，推动用户到店，直接促成交易。

腾讯广告的目的也非常明确，推出“百万门店成长计划”，针对线下商家和实体零售、餐饮等企业的营销难题，缓解本地商家实际困难，助推本地门店吸引客流，生意增长。

这样的一种方式对于线下门店引流的效果是毋庸置疑的，一是微信有11.65亿月活用户，这样的天然流

量不仅粘性高，转化率也看得见摸得着，而且成本是大家无法想象的划算——最低2000元就能投放长达30天。

所以，还在为业绩断崖式下跌头疼不已的线下商家们，面对这样一个让人无法不心动的机会，你们准备好了吗？

-2-

突如其来的疫情对餐饮、零售等多个行业造成不利影响，本地门店面临客流阻断的经营大考。腾讯广告“百万门店成长计划”的宗旨在于助力线下门店吸引客流，促进交互交易，保持业绩增长。

小编了解到，这一计划具体包括：

- 1) 为线下门店定制开发营销产品+微信流量：腾讯广告附近推，用11.65亿月活用户引流
- 2) 提供多重优惠：如投放补助、免费营销顾问等

低成本、高效果操作简便，持续引流

线下门店的经营者，对于业绩增长有着强烈的需求，但同时也要求营销能够更准确、成本更低、操作更简单、引流效果明显并能持续。

腾讯广告附近推似乎就专门为此量身定做——企业或商户可将门店广告投放到微信朋友圈，基于微信对用户的画像，可以精准覆盖店面周边潜在的目标客户。

而且，这样的投放通过小程序就能直接完成，简易便捷，操作一目了然。

微信新红利，共享门店业绩新增量

根据最新发布的腾讯2019全年财报，微信朋友圈单月活跃用户数已达11.65亿，这意味着中国绝大多数人都在高频使用微信，并成为了他们生活中不可或缺的一部分。

毫无疑问，坐拥近12亿活跃用户的微信是中国最大的社交流量入口，而在疫情期间，微信和微信朋友圈更是成为了大家获取信息的核心渠道。

因此，线下商家通过附近推在朋友圈里投放推广信息，基于腾讯与微信强大的数据分析能力，不仅可以轻松触达海量受众，而且转化显著，不论是对品牌形象打造，还是业绩增长，效果都将事半功倍。

“黄金距离”，1~5公里范围潜客覆盖

附近推广告可向周边半径1~5公里范围内消费者，在线上针对性地推荐门店，提升店铺曝光量。

同时，这一方案还可以通过各种优惠方式，多重角度和方式推动用户到店消费，或者线上直接促成交易，可谓一举多得——线下商家和门店不愁流量来源，只需将产品和服务做到极致即可。

这样的好事，还有什么理由拒绝呢？

-3-

更值得一提的是，腾讯广告充分考虑到了中小商家的预算需求，提供绝对高性价比的体验，全面体现了“

百万门店成长计划”的宗旨。

小预算，大价值

小编了解到，按推广时间需求，腾讯广告推出了三种不同月度套餐供商家选择，最低2000元即可进行为期30天的投放。其他几种方式分别为5000元投放90天，9000元投放180天。线下门店客户可结合店铺营销节点，根据自身预算规划、推广需求灵活选择不同套餐。

实话实说，如此低的投放费用应该是此前从未有过的，估计以后也很难再有——要知道，它的载体可是腾讯和微信。几千块钱的预算，任何一家门店都可以承受，且很容易算出投入产出比。

某种程度上说，这几乎是一笔稳赚不赔的投入。